

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Kajian pustaka tentang penelitian terdahulu bertujuan untuk menghindari penelitian terhadap objek yang sama atau pengulangan terhadap suatu penelitian yang sama ataupun penelitian yang serupa dengan judul “Tata Kelola *Homestay* Masyarakat Bajo Pada Objek Wisata Labengki Berdasarkan Tinjauan Ekonomi Islam”. Adapun referensi yang berkaitan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Skripsi (Surahmi, 2016) dengan judul Konsep Hotel Syariah Dalam Perspektif Bisnis Islam (Studi Kasus Hotel Latansa Nuansa Syariah Kota Bengkulu). Penelitian ini menggunakan Jenis penelitian adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu “penelitian yang dilakukan di lingkungan masyarakat tertentu, baik di lembaga organisasi masyarakat maupun lembaga sosial pemerintah”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu “jenis penelitian temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya”. Hasil penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan tentang apakah Hotel Latansa Nuansa Syariah sudah memenuhi konsep hotel syariah dan apakah Hotel Latansa Nuansa Syariah sudah memenuhi konsep bisnis Islam.

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang pelayanan penginapan yang membantu perkembangan sektor wisata yaitu

hotel, persamaan lain terletak pada jenis penelitian yaitu penelitian lapangan. Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada lokasi penelitian, subjek penelitian dan variabel penelitian.

2. Skripsi (Dyah Sulistiyo Rimbodo, 2018) dengan judul penelitian Pengelolaan Bisnis Perhotelan Syariah Pada Hotel Jamrud Syariah Pangkalan BUN. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif sebagaimana pendapat Lexy J. Moleong adalah suatu penelitian yang akan mengumpulkan kata-kata, gambar, dan bukan angka, dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Hasil penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana menganalisis pengelolaan yang ada pada Hotel Jamrud Syariah Pangkalan Bun, bagaimana menganalisis produk, pelayanan dan pengelolaan perhotelan syariah yang ada pada Hotel Jamrud Syariah Pangkalan Bun ditinjau dari Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No 2 Tahun 2014.

Adapun perbedaan dan persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti terkait pengelolaan akomodasi wisata berupa hotel, jenis penelitian yang sama menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaannya terletak pada objek penelitian berupa hotel Namrud Syariah Pangkalan BUN sedangkan peneliti pada *homestay* di Desa Labengki, perbedaan lain

terdapat pada tinjauan penelitian, penelitian ini ditinjau dari Peraturan Menteri Pariwisata Ekonomi Kreatif No. 4 Tahun 2014 sedangkan penelitian penulis ditinjau berdasarkan Ekonomi Syariah.

3. Artikel (Permadi et al., 2021) yang berjudul Kriteria *Homestay* di Desa Wisata Yang Memenuhi Prinsip-prinsip Wisata Halal : sebuah kajian teori, meneliti tentang kriteria *homestay* yang telah menerima prinsip wisata halal yang dapat diterapkan di pedesaan wisata. Hal ini karena kebutuhan penyesuaian di era pandemi dan industri harus mengadopsi kondisi saat ini. Kriteria tersebut akan berguna bagi peneliti dan penilai kelayakan *homestay* sebagai *homestay* halal di era pandemi ini dan sesudahnya.

Perbedaan dengan penelitian ini terletak pada subjek, variabel, lokasi penelitian dan permasalahan. Penelitian ini meneliti di Nusa Tenggara Barat sementara Penulis meneliti di Sulawesi Tenggara Kabupaten Konawe Utara, penelitian ini meneliti terkait kriteria *homestay* sedangkan penulis meneliti tentang tata kelola *homestay*. Persamaannya yaitu, sama-sama meneliti tentang *homestay* di desa wisata.

4. Artikel (Andayani et al., 2017) dengan judul penelitian Pelatihan Pengembangan Desa Wisata Dan Pendampingan Penataan *Homestay* dan Objek Daya Tarik Wisata Di Desa Wanagiri, Kabupaten Buleleng, Bali : sebuah kajian teori penelitian tentang percepatan pemberdayaan masyarakat pengelola Desa Wisata yaitu dengan mengembangkan kekuatan, daya, potensi, sumber daya manusia agar mampu mengembangkan pengelolaan desanya

sebagai Desa Wisata. Yang mendasari kegiatan ini adalah permasalahan yang dihadapi pengelola dengan rendahnya kemampuan SDM dalam mengelola desa wisata. Kegiatan ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan, yang menggunakan pendekatan 7D. Pendekatan 7D merupakan model yang inovatif dan unik yang dikembangkan di bidang psikologi manusia, pengembangan masyarakat, pengembangan produktifitas, dan pengembangan kapasitas masyarakat.

Perbedaan dan persamaan penelitian penulis dengan penelitian ini dapat dilihat dari objek dan desa wisata yang sama-sama meneliti tentang itu, perbedaannya terletak pada metode pelatihan dan pendampingan dengan menggunakan pendekatan 7D sebagai metodenya, sedangkan penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

5. Artikel (Widyarini, 2013) dengan judul penelitian Pengelolaan Hotel Syariah di Yogyakarta : penelitian yang membahas hotel yang menerapkan syariah Islam ke dalam kegiatan operasional hotel. Kesyarahan hotel ditonjolkan oleh manajemen dengan memunculkan moto, logo, ornamen interior, fasilitas kamar, fasilitas hotel maupun seragam atau pakaian yang dikenakan para karyawan hotel. Motto dari Hotel Madani Syariah adalah “Mengutamakan kenyamanan dan keberkahan”, kami senantiasa menjaga pelaksanaan pengelolaan hotel kami agar senantiasa dalam koridor syariah. Hotel Namira Syariah yang mengacu pada Al-Qur’an dan Hadits ini terletak di Yogyakarta.

Perbedaan penelitian penulis dengan penelitian ini dapat dilihat dari kota penelitian yang terletak pada Kota Yogyakarta sedangkan penelitian penulis terletak pada Kabupaten Konawe Utara Provinsi Sulawesi Tenggara.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. Tata Kelola**

#### **a. Definisi Tata Kelola**

Tata kelola atau pengelolaan merupakan peran sekelompok orang atau individu dalam mengatur proses pemanfaatan sumber daya secara efektif untuk mencapai sesuatu yang ingin dicapai dengan baik (Aminudin, 2015). Pengelolaan ialah proses, cara perbuatan mengelola, proses melakukan kegiatan tertentu dengan menggerakkan tenaga orang lain serta proses yang memberikan pengawasan pada semua hal yang terlibat dalam pelaksanaan kebijakan dalam mencapai tujuan (Ningsih, 2021).

Pengelolaan juga biasa disebut sebagai ilmu seni mengatur dalam proses pemanfaatan sumber daya dalam memanfaatkan segala sektor yang ada disekitar. Dalam tata kelola sebuah perusahaan atau badan usaha lainnya , terdapat teori yang menjadi isu penting dalam perusahaan. Adanya pemisahan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan sering menimbulkan *agency conflict*. Teori *agency conflict* dikarenakan perlakuan manajer yang tidak mendorong kepentingan para pemodal sehingga memberikan kerugian bagi para pemodal.

Pengelolaan atau *management* merupakan pemanfaatan sumber daya organisasi, terutama sumber daya manusia yang merupakan aset penting, untuk menciptakan jasa, keluaran atau produk yang sejalan dengan apa yang diminta wisatawan sebagai konsumen. Pengelolaan juga sebagai konsep dalam melakukan sesuatu secara kompeten, baik mengkoordinasi maupun mengawasi aktivitas pekerjaan orang lain sehingga dapat selesai secara efektif dan efisien. Pengelolaan pada suatu objek wisata sangat penting untuk dilakukan karena merupakan suatu tahapan perubahan menuju keadaan atau kondisi yang diterapkan. Tanpa adanya pengelolaan dalam objek wisata maka tidak akan ada perkembangan dan perubahan yang terjadi. Dengan adanya pengelolaan objek wisata yang baik, maka sector pariwisata mampu menciptakan lapangan kerja serta usaha dan dapat menjadi penggerak perekonomian bagi daerah maupun negara.

Secara umum tata kelola dalam suatu perusahaan yang melakukan usaha merupakan suatu objek yang memiliki cukup banyak aspek. Hal yang di anggap penting dalam tata kelola adalah menyangkut akuntabilitas dan tanggung jawab, khususnya pada implementasi pedoman dan mekanisme untuk memastikan perilaku yang baik dengan tetap melindungi kepentingan pemegang saham. Dalam tata kelola yang menjadi fokus utama adalah efisiensi ekonomi yang menyatakan bahwa sistem tata kelola perusahaan harus ditunjukkan guna mengoptimisasi hasil ekonomi dengan penekanan yang kuat pada kesejahteraan para pemegang saham. Sisi lain dari tata kelola perusahaan yang merupakan subjek secara khusus menyangkut sudut pandang pemangku

kepentingan (*stakeholder*), yang menuntut perhatian dan akuntabilitas lebih terhadap pihak-pihak lain diluar pemegang saham utama, seperti karyawan dan lingkungan.

### **b. Fungsi Tata Kelola**

Secara garis besar fungsi pengelolaan mempunyai tahap-tahap dalam melakukan tata kelola seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Fungsi-fungsi manajemen tersebut bersifat universal, dimana saja dan dalam organisasi apa saja. Namun semuanya tergantung pada tipe organisasi, kebudayaan, dan anggotanya. Berikut paparan fungsi-fungsi pengelolaan (Aminudin, 2015) diantaranya:

#### **1. Perencanaan (*planning*)**

Sebagai basis pemikiran dari tujuan dan menyusun langkah-langkah yang akan dilakukan sebagai pencapaian tujuan tertentu. Perencanaan merupakan langkah untuk menyiapkan segala sesuatu untuk pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan sebagai tahap untuk mencapai tujuan.

#### **2. Pengorganisasian**

Sebagai cara mengkoordinir sekelompok orang dan menempatkan mereka sesuai kemampuan dan keahliannya dalam memberikan pekerjaan yang telah direncanakan.

#### **3. Penggerakkan**

Penggerakan organisasi agar berjalan dengan baik harus sesuai dengan pembagian keahliannya masing-masing serta menggerakkan seluruh elemen yang ada dalam organisasi agar pekerjaan atau kegiatan

yang dilakukan dapat berjalan sesuai rencana awal dan dapat mencapai tujuan tertentu.

#### 4. Pengawasan

Pengawasan sebagai bentuk dalam mengkoordinir organisasi dan seluruh elemen yang ada didalamnya sesuai dengan rencana awal serta mengawasi penggunaan sumber daya yang ada dalam organisasi sehingga berjalan secara efektif tanpa ada masalah yang timbul ada rencana yang melenceng.

### 2.2.2. Rumah Tinggal (*Homestay*)

#### a. Pengertian Rumah Tinggal (*Homestay*)

Menurut ASEAN *Homestay Standard*, *Homestay* adalah kegiatan wisata alternatif dimana wisatawan akan tinggal bersama keluarga atau pemilik rumah di area rumah yang sama dengan yang akan mereka inapi, dan akan merasakan pengalaman hidup sehari-hari dari keluarga tersebut dan masyarakat lokalnya. Sehingga hal utama yang ditawarkan oleh *homestay* selain sarana penginapan juga pengalaman hidup sebagai orang lokal dengan tinggal bersama dan merasakan nilai-nilai budaya yang dijalankan oleh masyarakat lokal (Doharman Nababan S, 2021).

*Homestay* merupakan salah satu kriteria dari adanya desa wisata sekaligus sebagai bentuk akomodasi pariwisata yang berperan cukup penting dalam upaya pengembangan pariwisata di desa wisata. *Homestay* adalah rumah tinggal yang sebagian kamarnya disewakan kepada tamu dalam jangka waktu tertentu untuk mempelajari budaya setempat atau rutinitas tertentu. Bangunan *homestay* biasanya berada



dekat dengan kawasan wisata yang berfungsi untuk disewakan kepada wisatawan yang secara langsung dapat melihat kehidupan masyarakat sehari-hari, melihat pemandangan bahkan menjalani kehidupan seperti penduduk lokal. menggolongkan pondok wisata ke salah satu jenis akomodasi yang pengertiannya merupakan suatu usaha perorangan dengan mempergunakan sebagian dari rumah tinggalnya untuk penginapan bagi setiap orang dengan perhitungan pembayaran harian.

*Homestay* juga bagian dari definisi rumah tinggal yang layak ditinggali untuk disewakan kepada tamu yang berkunjung dalam waktu tertentu untuk menikmati tempat tersebut (Hodijah et al., 2020). Usaha pondok wisata atau *Homestay* adalah penyediaan sebuah akomodasi berupa bangunan rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan dimanfaatkan sebagian untuk disewakan dengan memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari pemiliknya (The Ministry of Tourism and Creative Economy, 2014).

*Homestay* sebagai usaha masyarakat lokal merupakan salah satu bentuk usaha masyarakat lokal yang pada umumnya terbentuk dari hasil pemberdayaan masyarakat dalam sebuah pengembangan pariwisata berbasis komunikasi. *Homestay* merupakan salah satu sarana penting yang mendukung dalam pengelolaan desa wisata. Sebagai usaha, *homestay* mampu memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi masyarakat setempat pada desa wisata (Permadi et al., 2021).

Pengelolaan *Homestay* diperlukan untuk memenuhi serta meningkatkan lama tinggal wisatawan atau *length of stay* (LoS), juga

meningkatkan kepuasan wisatawan dalam menikmati daya tarik wisata di desa wisata. Pengelolaan *homestay* menjadi salah satu hal penting agar wisatawan yang menginap merasa nyaman seperti di rumah sendiri, sehingga dapat tinggal lebih lama di desa wisata. Adanya pengelolaan *homestay* sebagai sarana untuk mempromosikan daya tarik wisata dan aktivitas yang ada di desa wisata. Pengelolaan *homestay* pada akhirnya akan bermanfaat dalam pengembangan pariwisata di desa wisata.

#### **b. Fungsi Rumah Tinggal (*Homestay*)**

Menurut permen (The Ministry of Tourism and Creative Economy, 2014) fungsi *homestay* ialah sebagai berikut:

1. *Homestay* sebagai sarana akomodasi di desa wisata.
2. *Homestay* sebagai bagian atraksi (daya tarik) dari desa wisata.
3. Sebagai sarana interaksi antara wisatawan dengan tuan rumah.
4. Sebagai sarana edukasi bagi wisatawan untuk belajar tentang kearifan lokal.
5. Sebagai sarana pengenalan budaya lokal

#### **c. Kriteria Rumah Tinggal (*Homestay*)**

Ada beberapa kriteria rumah tinggal (*homestay*) yang perlu diperhatikan, (The Ministry of Tourism and Creative Economy, 2014) sebagai berikut:

1. Usaha perorangan yang tidak berbadan hukum (tidak diberlakukan TDUP).
2. Fisik, berupa bangunan rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya.

3. Pemilik *homestay* adalah warga setempat.
4. Kamar yang disewakan maksimal 5 (lima) unit.
5. Pelaksanaan usaha meliputi; aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan.
6. Adanya ketertarikan langsung dengan desa wisata.

Berdasarkan kriteria di atas, terdapat tiga aspek penting dalam pelaksanaan usaha *homestay*. Aspek pertama yaitu aspek produk yang meliputi:

1. Bangunan rumah tinggal yang memenuhi kriteria:
  - a. Terdapat minimal 1 kamar dan maksimal 5 kamar khusus untuk disewakan.
  - b. Tersedia sirkulasi udara dan pencahayaan yang memadai.
2. Kamar tidur
  - a. Kondisi yang bersih dan terawat serta dilengkapi dengan kunci kamar, kaca rias, lemari atau tempat meletakkan pakaian, lampu penerangan dan tempat sampah.
  - b. Tempat tidur tertata dengan rapi dan rapi dan tersedia bantal dengan sarungnya dan spreii.
3. Fasilitas Penunjang
  - a. Tersedia papan nama *homestay* dengan tulisan yang terbaca dan dipasang pada tempat yang terlihat dengan jelas.
  - b. Tersedia pelengkap di kamar mandi seperti gantungan handuk, tempat sampah, kloset duduk atau jongkok, tempat penampungan air, saluran pembuangan air yang lancar dan

air bersih yang mencukupi sesuai dengan jumlah kamar atau tamu yang menginap.

- c. Peralatan makan dan minum selalu dalam kondisi bersih dan aman bagi tamu.
- d. Tersedia air minum.

#### 4. Dapur

Kondisi dapur menjadi satu aspek yang termasuk dalam kriteria produk. Kondisi dapur harus dalam keadaan bersih dan terawat serta dilengkapi peralatan dapur yang bersih, terawat dan berfungsi dengan baik. Dapur juga harus dilengkapi bak tempat cuci yang bersih dan terawat serta tersedia saluran pembuangan limbah yang berfungsi dengan baik. Di dalam dapur terdapat tempat sampah tertutup dan tersedia air bersih yang diperlukan untuk membersihkan peralatan dapur serta peralatan makan dan minum.

Sedangkan aspek kedua adalah pelayanan yang meliputi pemesanan kamar, pencatatan identitas tamu, pembayaran, pembersihan lingkungan dan kamar tamu, keamanan dan kenyamanan tamu, penanganan keluhan, dan pemberian informasi tertulis mengenai harga sewa, lokasi terdekat dari pelayanan kesehatan, fasilitas tamu, daya tarik wisata setempat dan budaya lokal.

Sementara itu aspek penting ketiga adalah pengelolaan yang meliputi tiga unsur:

- a. Pengelolaan tata usaha dengan menyediakan area khusus dalam rumah tinggal untuk keperluan administrasi, dilengkapi fasilitas penunjang yang sederhana. Selain itu juga terlaksananya pengadministrasian pencatatan dan identitas tamu.
- b. Penjaminan keamanan dan keselamatan, dilakukan dengan cara menyediakan petunjuk tertulis untuk menghindari terjadinya kebakaran atau keadaan darurat lainnya serta memiliki peralatan Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan (P3K).
- c. Pengelolaan sumber daya manusia, dilaksanakan dengan menerapkan unsur Sapta Pesona, meliputi: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. Ditambah dengan mengikuti kegiatan peningkatan kemampuan pengelolaan yang diselenggarakan oleh unsur pemerintah.

### 2.2.3. Masyarakat Bajo

#### a. Suku Bajo

Suku bajo dikenal sebagai julukan *sea nomads* atau manusia perahu sebab sejak dulu mereka sebagai petualang laut sejati yang hidup sepenuhnya diatas perahu sederhana. Masyarakat bajo sebagaimana suku lain merupakan komunitas masyarakat yang pada dasarnya hidup di atas “*sope-sope*” yaitu perahu sekaligus rumah tinggal bagi suku bajo, hanya dengan menggunakan layar yang terbuat dari kayu dan kertas pelastik sebagai pendorong perahunya. Orang bajo

tinggal diatas perairan lautan dengan mata pencarian sebagai nelayan menjadikan suku ini tersebar diberbagai penjuru nusantara sampai ke berbagai negara di asia tenggara seperti philifina (Poedjowibowo et al., 2017). Suku bajo memiliki karakteristik berbeda dengan komunitas suku-suku di Nusantara pada umumnya, karena apa yang disebut suku Bajo dikenal lebih menyukai hidup di atas perahu dan berpindah-pindah sesuai dengan potensi ikan yang ingin ditangkap, sehingga dijuluki sebagai pengembara laut (Saad, dalam Muhammad Obie, 2015). Leksikal Bajo dalam bahasa Lamaholot<sup>1</sup> artinya mendayung perahu. Masyarakat Bajo, di Bajo Pulau menghabiskan sebagian besar waktunya di pesisir laut baik untuk berternak ikan Kerapu maupun Lobster dalam sistem keramba. Rumah masyarakatnya berupa rumah tradisional khas masyarakat pesisir (rumah panggung) yang memiliki kolong. Kolong biasanya digunakan untuk tempat istirahat, bercengkerama dengan tetangga atau sebagai tempat kosong apabila air laut sedang pasang rumah mereka tidak terkena air. Salah satu kebiasaan masyarakat Bajo Pulau adalah membuat *sya'ir* dan *bersya'ir*. Hal ini dipengaruhi oleh kebiasaan nenek moyang mereka suku Bajo yang berasal dari daerah Melayu di Selat Malaka. Meskipun *sya'ir* dibuat dan dilantunkan dalam bahasa Bajo/Bima, namun kebiasaan itu telah menjadi identitas budaya suku Bajo yang terpengaruh oleh budaya Melayu. Secara historis nenek moyang mereka adalah panglima armada laut Kerajaan Sriwijaya dan Kesultanan Malaka. Maka tidak heran apabila pengaruh budaya *bersya'ir* juga terdapat di suku Bajo yang berada di Bajo Pulau. Selain *bersya'ir* suku Bajo juga mengenal

beberapa pantangan, mereka umumnya menjauhi pantangan untuk menghindari marabahaya di lautan seperti dilarang mengucapkan kata-kata tidak sopan, takabur, membawa jeruk nipis dan membuang abu dapur ke laut. Suku Bajo mengenal upacara sangkina (kehamilan), upacara campaniga (kelahiran), upacara sunatan, upacara perkawinan, upacara mattula bala' (menolak bahaya), upacara turun ke laut, upacara pelepasan perahu baru, dan upacara kematian (Muhammad, 2007). Namun ada beberapa pantangan yang sudah sering dilanggar oleh suku Bajo di Bajo Pulau, seperti penggunaan bom ikan untuk menangkap ikan. Suku Bajo di Bajo Pulau telah mengenal Islam dan mensinkretiskan<sup>2</sup> Islam dengan kepercayaan tradisional yang mereka yakini adanya dewa penjaga laut (Mbo ma dilao). Dewa laut ini dikenal berwatak baik hati dan penolong. Suku Bajo percaya bahwa Dewa laut ini akan memberikan hasil tangkapan ikan yang melimpah. Suku Bajo membuat mantra-mantra (mama) yang ditujukan pada dewa laut agar tetap tenang dan stabil (tidak murka). Salah satu mantra yang digunakan Suku Bajo ini terinspirasi dari ajaran Islam.

#### **b. Partisipasi Masyarakat**

Masyarakat merupakan kumpulan individu-individu manusia yang terorganisir untuk mengikuti tata cara hidup yang telah ditentukan. Masyarakat juga memiliki kebiasaan, tradisi, sikap, dan budaya persatuan yang sama sekaligus bagian dari satu sistem cara kerja dan prosedur dari otoritas dan saling membantu yang meliputi dari kelompok-kelompok dan pembagian sosialnya (Saebani, 2012).

Menurut para pakar sosiologi masyarakat adalah himpunan individu-individu yang masing-masing secara egoistis mengejar kepentingan mereka sendiri. Jadi, berdasarkan beberapa pernyataan diatas peneliti mendefinisikan partisipasi masyarakat sebagai keterlibatan untuk kepentingan sendiri berdasarkan keterbukaan terhadap pihak lain guna mendapatkan keuntungan bersama. Menurut Bryant dan white dalam (Aminudin, 2015) memaparkan bahwa partisipasi masyarakat merupakan bentuk sikap keterbukaan terhadap peran pihak orang lain. Hal ini biasa disebut sebagai perhatian mendalam terhadap perbedaan dan perubahan yang akan dihasilkan suatu proyek yang berhubungan dengan kehidupannya. Partisipasi juga bagian dari keterlibatan dari semua pihak yang berkepentingan baik dari pemerintah ataupun masyarakat pada suatu keinginan yang menjadi kesepakatan bersama.

### **c. Kehidupan Masyarakat bajo**

Kehidupan dilaut dalam pandangan mereka merupakan kehidupan yang sangat bebas, bebas dari peraturan pemerintah, bebas menangkap ikan sumber daya, bebas dari segala sumber sumbangan seperti berlaku pada kelompok masyarakat yang menetap, bebas dari biaya pendidikan karena anak tidak perlu disekolahkan, bebas dari biaya kearifan untuk menjaga kelestarian lingkungan.

Masyarakat bajo juga berpandangan akan berpindah tempat jika telah merasakan sumber daya berkurang sehingga memberi kesempatan kepada sumber daya untuk berkembang biak. Mereka menggunakan alat-alat tangkap yang hanya dapat menangkap sumber daya dalam



ukuran besar dan tidak pernah melakukan perusakan pada karang sebab mereka sadar bahwa ikan kecil akan mengundang datangnya ikan besar dan karang sebagai habitat sumber daya untuk mencari mangsa.

Masyarakat bajo dikenal sebagai kearifan lokal dalam mengelola sumber daya kelautan yang dipegang teguh oleh masyarakatnya. Mereka memiliki peraturan tersendiri dalam hal menangkap ikan, salah satunya mereka tidak akan menangkap ikan yang kecil agar jenis ikan tersebut tetap berkembang biak. Hal ini mereka menganggap sebagai saudara sendiri. Mereka percaya bahwa dengan menjaga lautan maka lautan juga akan menjaga mereka (Poedjowibowo et al., 2017).

#### **2.2.4. Objek Wisata**

##### **a. Pengertian Objek Wisata**

Objek wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang No. 10 tentang kepariwisataan yaitu daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan dan daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi wisata.

Menurut Ridwan dalam (Saputri, 2021) mengemukakan pengertian objek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam,

budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup serta seni budaya sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan objek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk dinikmati objek dan daya tarik wisata. Seorang wisatawan berkunjung ke suatu Tempat/Daerah/Negara karena tertarik oleh sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu Tempat/Daerah/Negara disebut daya tarik dan atraksi wisata.

Berdasarkan berbagai definisi di atas maka objek wisata merupakan lokasi maupun daerah yang biasa dikunjungi dengan berbagai daya tarik seperti keindahan alam, atraksi maupun kebudayaan masyarakat setempat serta adanya sejarah yang dikunjungi wisatawan sebagai bentuk pembelajaran dari berbagai kekayaan alam dan kesyukuran atas ciptaan yang Maha Kuasa.

#### **b. Jenis Objek Wisata**

Jenis objek wisata memiliki ciri khas masing-masing yang ditonjolkan berdasarkan tiap-tiap objek wisata. Objek wisata dikelompokkan kedalam tiga jenis (Saputri, 2021), yaitu:

1. Objek wisata alam, misalnya: laut, pantai, gunung (berapi), danau, sungai, fauna (langka), kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain.
2. Objek wisata budaya, misalnya: upacara kelahiran, tari-tari (tradisional, musik (tradisional), pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisonal, festival bedaya, kain tenun (tradisional), tekstil lokal, pertunjukan tradisonal, adat istiadat lokal, museum, dan lain-lain.
3. Objek wisata buatan, misalnya: sarana dan fasilitas organisasi, permainan (layanan), hiburan (lawak atau akrobatik, sulap), ketangkasan (naik kuda), taman rekreasi, ta man nasional, pusat-pusat perbelanjaan dan lain-lain.

Dalam UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Kata wisatawan (*tourist*) berujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subjek atau bagian dari *traveler* dan *visitor*.

Berdasarkan hal tersebut diatas, objek wisata dapat didefinisikan berupa keanekaragaman hasil buatan manusia dan kekayaan alam maupun budaya masyarakat setempat sebagai daya tarik wisatawan berkunjung ke daerah yang menjadi objek wisata.

## 2.2.5. Manajemen Bisnis Islam

### a. Urgensi Manajemen dalam Islam

Islam sebagai agama *rahmatan lilalamin* telah memposisikan pondasi yang tepat terhadap dunia bisnis. Bisnis merupakan bentuk ibadah dalam memakmurkan bumi dan isinya yang sesuai keinginan Allah SWT yang mana Dia telah mengangkat manusia sebagai wakil dimuka bumi. Dalam konsep Islam pada dimensi keimanan, bentuk yang berupa ritual wajib dan sunnah termasuk dalam bidang bisnis dan manajemennya serta dimensi ekspresi yang berupa tata hubungan antara manusia dan makhluk lain terjalin satu kesatuan yang tak terpisahkan (Maleha, 2016). Pada dasarnya ajaran Islam yang ada dalam Al Qur'an dan Sunnah telah mengajarkan tentang kehidupan yang terarah dan teratur.

Nabi Muhammad SAW merupakan interpretasi dari Al Qur'an yang merupakan seorang manajer yang profesional dalam mempraktekkan nilai-nilai modern dalam kehidupan praktek bisnis. Beliau telah melakukan pengelolaan proses transaksi dan hubungan bisnis dengan seluruh elemen bisnis serta pihak yang terlibat didalamnya dengan baik dan profesional. Manajemen bisnis dalam pandangan Islam tidak bisa lepas dari nilai-nilai pedoman Al Qur'an dan Sunnah. Sebab pedoman tersebut telah memberikan petunjuk untuk digunakan sebagai dasar dalam membangun ilmu manajemen bisnis. Atas dasar tersebut, maka perlu kita ketahui bahwa tingkat-tingkat manajemen terbagi menjadi 3 (Riyadi, 2016) diantaranya:

1. Manajer lini garis pertama (*first line*) ialah tingkatan manajemen paling rendah dalam suatu organisasi yang memimpin dan mengawasi tenaga-tenaga operasional dan tidak membawahi manajer yang lain.
2. Manajer menengah (*middle manager*) ialah manajemen menengah dapat meliputi beberapa tingkatan dalam suatu organisasi. Para manajer menengah membawahi dan mengarahkan kegiatan para manajer lainnya kadang juga karyawan operasional.
3. Manajer tertinggi (*top manager*) terdiri dari kelompok yang relatif kecil, manajer tertinggi bertanggung jawab atas manajemen secara universal dari organisasi.

#### **b. Urgensi Etika Bisnis Islam**

Dalam berbisnis mempunyai tugas utama dalam menyesuaikan kepentingan strategis perusahaan dan moralitas. Etika berbisnis harus melakukan suatu perubahan dalam kesadaran bermasyarakat tentang bisnis dengan cara memberikan suatu pemahaman atau cara pandang. Urgensi dalam etika bisnis mempunyai beberapa aspek diantaranya aspek teologis, watak manusia, sosiologis, teknologis, dan akademis (Ar Rahmah, 2017). Berikut paparan aspek di atas diantaranya:

1. Aspek teologi, merupakan etika dalam islam yang berkaitan dengan akhlak sesuai dengan ajaran yang diwahyukan kepada Rasulullah, baik dalam bentuk alquran ataupun sunnah.
2. Aspek watak manusia, merupakan karakter yang perlu didahulukan daripada keinginan atau kebutuhan. Watak seperti

ini diperlukan masukan agar dapat memberi kesadaran bahwa dalam hidup yang paling utama adalah pemenuhan kebutuhan yang mendasar.

3. Aspek sosiologis, merupakan ajaran etika dalam berbisnis agar dapat memahami wilayah mana saja yang dapat dilakukan dan yang tidak dapat dilakukan.
4. Aspek teknologi, merupakan aspek yang mana mendatangkan nilai positif dalam mempermudah dan cepat dalam pemenuhan kebutuhan hidup manusia.
5. Aspek akademis, merupakan kajian yang diperlukan untuk mengupas etika dalam berbisnis agar dapat menghasilkan teori baru yang dapat direalisasikan dalam dunia berbisnis secara konseptual dan aktual.

### **c. Prinsip Etika Bisnis Islam**

Nabi Muhammad SAW merupakan tauladan bagi umat muslim yang mana beliau memiliki sifat-sifat sebagai dasar dalam berbisnis seperti shidiq, Amanah, tabligh, dan fatanah. Sikap jujur dan Amanah merupakan prinsip utama beliau dalam berbisnis, disamping itu beliau juga merupakan orang yang cerdas atas pemikirannya yang kreatif, visioner, dan inovatif sekaligus mampu memasarkan diri dan bisnisnya yang biasa kita sebut dalam ilmu ekonomi yaitu marketing. Hal tersebut telah ada dalam diri nabi Muhammad SAW (Ar Rahmah, 2017).

Berikut uraian dari beberapa sikap Rasulullah SAW diatas yaitu:

### 1. Kejujuran (Siddiq)

Siddiq atau kejujuran yang berarti kebenaran. Artinya sesuatu yang diungkapkan dengan benar dan perbuatan yang bersifat benar pula sehingga perkataan dan perbuatan sejalan atas kebenaran. Perlu diketahui bahwa seorang kepala atau pemimpin harus berprilaku benar dan berkata jujur. Hal ini harus dilakukan oleh seorang pembisnis baik dalam segi pemasaran, hubungan dengan pelanggan, komunikasi dengan nasabah, ataupun hubungan kerjasama terhadap orang lain.

### 2. Kepercayaan (Amanah)

Perlu diketahui bahwa nabi Muhammad SAW dijuluki sebagai penduduk Mekkah dengan gelar “Al Amin” yang berarti terpercaya. Kepercayaan artinya dapat bertanggung jawab, dan dipercaya untuk memenuhi segala sesuatu sesuai dengan ketentuan. Hal ini menyeimbangkan nilai-nilai yang terkait dengan kejujuran.

### 3. Penyampaian (Tabligh)

Seseorang yang memiliki sifat ini akan menyampaikan dengan benar dan apa adanya sesuai dengan tutur kata yang tepat. Berkomunikasi dengan orang lain dengan mudah dipahami, berdiskusi, dan melakukan presentasi dengan bahasa yang mudah dimengerti agar dapat dengan mudah memahami pesan bisnis yang kita sampaikan.

#### 4. Kecerdasan (Fatanah)

Nabi dituntut untuk menjelaskan firman Allah kepada kaumnya agar mereka dapat masuk dalam agama Islam sebab dalam menyampaikan ayat Alqur'an dan menjelaskannya membutuhkan kecerdasan. Nabi harus mampu mengatur ummatnya sehingga dari bangsa Arab yang terpecah belah harus mampu disatukan dan berpengetahuan. Dalam arti berbisnis, seorang pemasar harus mampu memahami, menghayati secara mendalam segala sesuatu yang menjadi tugas dan tanggung jawabnya. Rasulullah telah meletakkan dasar berdagang bagi umat Islam. Beliau memberi pegangan kepada kita tentang cara berdagang yang baik dan benar secara agama dan membawa keuntungan secara ekonomis. Hal dapat memberikan kita inspirasi kepada kita semua untuk menjadi sosok pedagang yang sukses dan juga beliau mengajarkan kita untuk menghindari cara berdagang yang tidak baik. Berikut beberapa cara berdagang yang harus dihindari yaitu:

- a) Berpura-pura menawar tinggi
- b) Menjelekkkan dagangan yang menjadi pesaingnya
- c) Tidak melakukan ikhtiar
- d) Menggelembungkan takaran
- e) Mengganggu ibadah
- f) Melakukan jual beli yang haram
- g) Berkhianat sesama pedagang
- h) Memonopoli
- i) Mengobral sumpah



Prinsip-prinsip etika bisnis dalam islam harus meliputi dari kesatuan dan integritas, keseimbangan, intelektual, kehendak bebas, tanggung jawab dan akuntabilitas, penyerahan total, kejujuran, keadilan, keterbukaan, kebaikan untuk orang lain, dan kebersamaan (Ar Rahmah, 2017).

#### **d. Peran Manajemen dalam Islam**

Kajian bisnis Islam, manajemen berperan sebagai elemen dasar yang selalu melekat pada proses bisnis yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Peran manajemen dalam bisnis dirancang meliputi beberapa fungsi diantaranya: perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengawasan, koordinasi, evaluasi, motivasi (Riyadi, 2016). Berikut uraian paparan peran manajemen dalam Islam diantaranya:

##### **1. Perencanaan**

Perencanaan merupakan proses tindakan dalam mengambil keputusan untuk kepentingan organisasi kedepan dan kepentingan tujuan organisasi tersebut (Mardalis et al., 2017). Perencanaan atau planning juga merupakan kinerja untuk menentukan tujuan organisasi secara menyeluruh dengan cara yang terbaik untuk memenuhi tujuan tersebut. Maka dari itu, perubahan hendak dilakukan agar tujuan dapat dicapai secara optimal. Menurut Alder (dalam Riyadi, 2016) memaparkan bahwa perencanaan merupakan proses menentukan dan menetapkan tahapan yang dibutuhkan untuk dicapai sesuai dengan tujuan tertentu. Dalam pengertian lain, perencanaan merupakan aktivitas yang dibatasi

oleh lingkup waktu tertentu, sehingga perencanaan lebih jauh diartikan sebagai kegiatan koordinasi dalam mencapai tujuan dalam waktu tertentu.

## 2. Pengorganisasian

Pengorganisasian merupakan perangkat kegiatan yang akan direalisasikan dalam membangun hubungan fungsional antara komponen organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan seperti mendelegasikan pekerjaan, pengelompokan, pengaitan, dan penentuan tugas SDM, metode kerja, wewenang dan tanggung jawab. Dengan adanya cara tersebut, sumber daya yang ada dapat diberdaya gunakan dan dapat bekerjasama agar dapat beroperasi secara menyeluruh dan maksimal (Mardalis et al., 2017). Organisasi merupakan kelompok orang-orang untuk bekerja sama yang diadakan dalam mencapai tujuan kelompok. Dalam surah al Imran ayat 103 menjelaskan bahwa organisasi juga merupakan kumpulan orang-orang yang diorganisir dengan baik.. maka hendak Bersatu padu dalam bekerja dan memegang komitmen untuk menggapai cita-cita dalam satu payung organisasi yang telah dimaksud. Kinerja Bersama dalam komunitas harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimiliki oleh individu masing-masing. Penyatuan langkah yang berbeda perlu sikap yang telaten mengorganisir agar dapat berkompetitif dalam berkarya (Riyadi, 2016). Ali bin Abi Thalib juga berkata bahwa: “kebenaran yang tidak terorganisasi dengan rapi, maka dapat dikalahkan oleh kebatilan yang diorganisasi dengan baik”.

Pernyataan diatas perlu menjadi rujukan umat Islam sebab kehancuran sebuah institusi karena belum adanya ranah organisasi dengan menggunakan manajemen yang benar secara maksimal.

### 3. Penggerakan

Penggerakan merupakan proses manajemen yang mengarahkan dan memotivasi sumber daya dalam mencapai tujuan. Penggerakan atau actualing didefinisikan sebagai Gerakan anggota kelompok dalam berupaya mencapai target yang dituju. Penggerakan merupakan fungsi manajemen secara langsung dalam mengkontekstualisasikan keinginan organisasi sehingga dalam kegiatan dapat berhubungan dengan metode dan kebijaksanaan dalam mengatur dan mendorong agar bersedia melakukan tindakan yang diinginkan oleh organisasi tersebut. Menggerakan juga bagian dari rangsangan untuk anggota kelompok dalam melaksanakan tugas secara antusias dan kemauan yang optimal. Maka tugas menggerakan harus dilakukan oleh seorang pemimpin (Riyadi, 2016).

### 4. Pengawasan

Pengawasan merupakan pengendalian proses yang beragam dan berkelanjutan dalam melibatkan sejumlah kegiatan yang berorientasi pada analisis dan pengecekan pelaksanaan rancangan, identifikasi jika adanya penyimpangan dalam setiap proses organisasi (Mardalis et al., 2017). *Controlling* atau pengawasan merupakan usaha tindakan yang dilakukan secara

terkendali dan sesuai dengan instruksi, rencana, petunjuk, pedoman serta ketentuan yang disepakati Bersama. Pengawasan dalam pelaksanaan bisnis pada dasarnya dilaksanakan untuk mengawasi dan mengetahui sejauh mana usaha bisnis yang telah dilakukan oleh tiap pelaksana bisnis sejalan dengan tugas yang diberikan (Riyadi, 2016). Islam berpandangan bahwa pengamatan atau pengawasan merupakan syarat mutlak bagi pimpinan untuk lebih baik dari anggotanya agar control yang dilakukan dapat berjalan secara efektif. Pelaku bisnis selalu diawasi Allah, sehingga hal tersebut mengantar pada kejujuran. Pada kajian bisnis, manajer bertanggungjawab untuk mengontrol pegawainya, jika pegawai memiliki norma dan etika bisnis secara Islam, tentu memudahkan manajer dalam melakukan pengawasan (Riyadi, 2016).

#### 5. Koordinasi

Koordinasi merupakan usaha dalam mencapai hasil yang baik dengan cara seimbang, termasuk pada langkah Bersama untuk mengaktualisasikan rencana organisasi dalam mencapai tujuan (Riyadi, 2016).

#### 6. Evaluasi

Kegiatan evaluasi merupakan proses pengawasan dan pengendalian performa kelompok dalam memastikan bahwa jalannya kelompok atau organisasi sesuai dengan rancangan yang telah ditentukan. Seorang pemimpin dituntut untuk dapat menemukan masalah yang ada didalam operasional organisasi

dan memecahkan masalah yang ada didalamnya. Evaluasi juga dapat diartikan sebagai proses pengukuran kegiatan strategi yang digunakan dalam usaha mencapai tujuan organisasi. Data pengukuran tersebut akan digunakan sebagai pisau analisis untuk program organisasi pada masa depan.

#### 7. Motivasi

Motivasi merupakan dasar dari sikap seseorang dalam melakukan tindakan. Seseorang yang memiliki motivasi berarti seseorang yang memiliki alasan mendasar dalam melakukan tindakan sesuai dengan keinginannya. Dalam pandangan Islam, motivasi merupakan penggerakan kinerja dengan maksimal dan kinerja secara ikhlas. Motivasi juga merupakan usaha dalam merubah keadaan kearah yang lebih baik. Islam menganjurkan agar umat manusia memiliki motivasi dalam menjalani hidup dan berpegang teguh pada semangat dan modal motivasi pada arah yang terarah (Riyadi, 2016).

#### e. Tujuan Manajemen Bisnis

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai 4 target utama diantaranya:

##### 1. Target hasil

Profit materi diartikan sebagai bisnis yang tidak hanya mencari profit atau nilai materi setinggi mungkin akan tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan benefit yang bermanfaat kepada internal organisasi sekaligus kepada

lingkungan seperti menciptakan persaudaraan, kepedulian sosial dan sejenisnya.

## 2. Benefit

Hal ini diartikan untuk memberikan manfaat yang tidak hanya bersifat kebendaan tetapi memberi manfaat yang bersifat non materi. Islam berpandangan tujuan suatu perbuatan baik tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Ada tiga orientasi lainnya yaitu *qimah isnaiyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. *Qimah Isnaiyah* yaitu pengelola berupaya memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial dan sejenisnya. *Qimah Khulukiyah* yaitu nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus dilakukan dalam setiap aktivitas bisnis sehingga dapat menciptakan hubungan persaudaraan yang Islami, bukan hanya sekedar hubungan fungsional atau profesional. *Qimah Ruhiyah* yaitu aktivitas yang dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT (Isnawan, 2012).

## 3. Pertumbuhan

Jika profit materi dan non materi telah diaplikasikan, organisasi atau kelompok harus berusaha menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Usaha peningkatan juga harus selalu dalam koridor syariah bukan pada penghalalan segala cara.

## 4. Keberlangsungan

Target yang sudah dicapai dengan pertumbuhan pada setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar organisasi atau

kelompok tersebut dapat berkembang dalam kurun waktu yang panjang.

#### 5. Keberkahan

Tujuan yang telah tercapai tidak ada artinya jika tidak ada keberkahan didalamnya, maka bisnis Islam memposisikan nilai keberkahan sebagai tujuan utama. Sebab merupakan suatu bentuk dari diterimanya segala aktifitas manusia. Keberkahan menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh sekelompok atau individu manusia telah mendapatkan ridha Allah SWT dan bernilai ibadah (Riyadi, 2016).

#### f. Prinsip Manajemen Bisnis dalam Islam

Menurut Humayon Dar dalam (Maleha, 2016) menyatakan bahwa manajemen Islam dibangun dalam beberapa prinsip diantaranya:

1. Manajer dibutuhkan untuk mengidentifikasi fungsi objektif dari organisasi atau perusahaan dan digunakan sebagai strategi operasi yang konsisten. Hal ini dilakukan untuk memastikan pemenuhan terhadap aturan syariah, manajemen mengadopsi pernyataan misi yang menegaskan bahwa karakter dari organisasi tersebut tetap dominan.
2. Defenisi dari hak-hak yang jelas dan tidak timpang tindih serta spesifikasi tanggung jawab dari masing-masing elemen organisasi penting sebagai penggunaan sumber daya yang efektif agar dapat menghindari *moral hazard* dan pemenuhan kepentingan pribadi yang terjadi dalam relaitas bisnis.

3. Pengakuan dan perlindungan hak dari seluruh pihak yang berkepentingan dan tidak hanya kepentingan pemegang saham merupakan dasar dalam pandangan Islam.
4. Merencanakan mekanisme insentif seperti profit yang berhubungan dengan paket remunerasi dan bonus yang berhubungan dengan kinerja dan monitoring yang efektif ialah penting untuk pengelolaan yang baik.
5. Pembuatan keputusan merupakan proses horizontal dimana hal ini bagian dari kualifikasi yang benar setelah dikonsultasikan dengan manajer
6. Pengembangan kualitas sumber daya melalui persuasi, edukasi, dan penciptaan lingkungan yang tepat dalam sebuah organisasi yang fundamental dalam manajemen Islam.

Minimalisasi transaksi dan monitoring biaya sangat penting bagi daya saing perusahaan Islam dalam pasar yang didominasi oleh perusahaan konvensional

#### **g. Sistem Pelaksanaan Usaha Berbasis Islam**

Menurut (Danif dalam penelitian Chaerodin, 2015) bahwa sistem merupakan seperangkat elemen yang harus terintegrasi antara individu dan lingkungan. Sistem dalam berbisnis, aktualisasinya dapat dilihat dari beberapa unsur diantaranya:

##### **1. Operasional**

Operasional dalam melaksanakan suatu bisnis dalam perusahaan yang bersifat syar'i terbagi menjadi beberapa aspek diantaranya:



- a) Kebijakan. Kebijakan merupakan bagian dari sistem internal atau kebijakan manajemen dan aturan perusahaan yang dibentuk atas dasar prinsip syariah
- b) Pengelolaan SDM. Pengelolaan sdm harus bersifat selektif dan objektif tanpa harus membeda-bedakan baik dari latar belakang agama, ras dan lainnya. Penyeleksian dapat dilakukan atas dasar kebutuhan kemampuan yang dimiliki setiap personal. Disamping itu adanya kegiatan pembinaan sebagai bentuk pelatihan atau kegiatan sejenisnya.
- c) Keuangan. Pengelolaan keuangan harus diselaraskan dengan sistem nilai islam dalam artian menghindari tindakan yang bersifat riba dan gharar.
- d) Pelayanan. Dalam unsur pelayanan harus disesuaikan dengan kaidh islam yang dapat memenuhi beberapa unsur lainnya seperti sopan santu, keramahan, sikap kejujuran, amanah, dan saling membantu.
- e) SOP. Pada unsur ini harus juga sesuai dengan nilai islam seperti pelayanan setiap anggota perusahaan harus mengucapkan salam pada setiap kegiatan atau pengunjung yang datang.

## 2. Fasilitas

Fasilitas perusahaan harus juga berdasarkan dengan kaidah islam seperti pemberian fasilitas yang dapat bermanfaat untuk orang lain dan harus bersifat positif.

### 3. Tamu

Adapun dalam hal ini, tamu yang berdatangan harus dapat dilakukan *reception policy* atau penyeleksian. Penyeleksian biasanya dilakukan dengan lawan jenis, keluarga, atau yang bukan muhrim.

### 2.3. Kerangka Berpikir

